환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도*

Environmentally Conscious Consumer Behavior and Support on the Environmental Regulation

서울대학교 소비자·아동학과
박사과정 민 현 선
서울대학교 소비자·아동학과
교 수 이 기 춘

Dept. of Consumer & Child Studies, Seoul National Univ.
Doctoral course : Min, Hyun Sun
Dept. of Consumer & Child Studies, Seoul National Univ.
Prof. : Rhee, Kee Choon

〈목 차〉

Ⅰ. 서론
Ⅱ. 이론적 배경 및 관련연구 고찰
Ⅲ. 연구방법 및 절차
Ⅳ. 연구결과
Ⅴ. 결론 및 제언
참고문헌

〈Abstract〉

The purpose of this study was (1) to investigate the level of environmentally conscious consumer behavior and support on the environmental regulation, and (2) to identify the influencing variables and causal relationship. Data were collected from questionnares with 1050 male and female consumers who were in the age of 20~49 and residents of 6 cities(Seoul, Pusan, Taegu, Kwangju, Taejoen, Inchon).

The major findings were as follows :

(1) The level of environmentally conscious behavior was relatively high and differed significantly according to sex, age, education and marital status. (2) The level of support on the environmental regulation was quite high and differed significantly according to age, education and marital status. (3) Of the environmental regulation measures, consumers' support on the company regulation measures was most strong.

* 본 논문은 삼성그룹의 연구비지원으로 이루어졌음.

(4) Sex, age, marital status, environment awareness and environmentally conscious behavior had positive effects on consumers' support on the environmental regulation directly and indirectly.

Ⅰ. 서론

경제발전의 가장 중요한 원동력이었던 대량생산과 이에 따른 대량소비형 생활문화가 가져온 현대의 가장 심각한 병이 바로 환경문제이다. 지구환경의 파괴는 결국 삶의 질을 심각하게 훼손하는 결과를 초래한다는 인식이 높아지면서, 소비자중심주의와 더불어 환경중심주의가 생활전반에 걸친 지배적인 생활양식으로 자리잡아 가고 있다.

1990년대 들어 소비자운동 차원에서도 환경을 앞두에 둔 새로운 이념을 모색, 1993년에 국제 소비자운동 차원에서의 '환경소비 프로그램'이 구체화되어 나타났는데, 이것이 국제 소비자연합기구(IOCU)가 새로운 소비자행동의 이념으로서 탄생시킨 '지속가능한 소비'라는 개념이다. 이 '지속가능한 소비'의 이념은 '지속가능한 개발' 이념을 소비자행동 측면에서 재구성한 것으로 볼 수 있는데, 그 내용은 소비자가 지구환경보전의 책임을 지고 지속가능한 소비패턴을 통해 스스로의 라이프스타일을 변화시킬 권리와 의무를 갖는다는 것이다. '지속가능한 소비'의 개념은, 기본적으로 지속가능한 세계경제 및 환경시스템에 도달하기 위해서는 생산과 개발이 '지속가능한 개발'로 변화되어야 하는 것은 물론이고 개인의 라이프스타일과 소비패턴의 변화 역시 매우 중요함을 강조한다.

환경을 고려하는 소비란 두 가지로 생각될 수 있는데, 하나는 생산된 제품의 사용과 처분시 환경오염을 줄이도록 하는 것이며, 또 다른 하나는 제품구매시 친환경적인 제품의 구매를 통해 기업의 제품생산 방향을 환경지향적으로 변화시키는 것이다. 소비가 결국 생산을 규제하는 역할을 하기 때문에 환경문제에 접근함에 있어 소비문제는 보다 근본적인 문제가 된다. 그렇기 때문에 자연과학적인 접근을 통한 환경문제의 해결 못지 않게 중요한 것으로 부각되고 있는 것이 바로 사회과학적인 접근, 즉 인간의 행태를 통한 환경문제의 해결에 대한 관심이다.

환경문제의 해결을 위해 소비자의 생활양식이나 의식, 가치관의 변화 뿐 아니라 이들의 행동을 환경의식적으로 변화시키는 것이 매우 중요함을 인식하게 되면서, 최근들어 이에 대한 연구가 많이 이루어지고 있다. 그런데 소비자의 환경의식적인 태도나 행동이 가장 핵심적이기는 하지만, 소비자의 자율적인 참여만으로 환경문제의 해결을 기대하는 것은 무리이다. 환경재는 공공재의 성격을 갖기 때문에, 소비자들은 외부의 노력에 의한 환경문제해결을 기대하는 성향이 강하기 때문이다. 그러므로 소비자의 행태에 대한 연구와 더불어 환경문제를 해결하기 위한 각종 정책이나 규제방안에 대한 논의가 함께 이루어져야 할 것이다. 소비자의 의식이나 행태를 연구하는 주요 이유 중의 하나가 바로 새로이 추진되어야 할 환경보호정책이나 규제방안의 성공가능성을 예측해 보거나, 소비자에게 보다 잘 수용될 수 있는 대안을 마련하는 것이기도 하기 때문이다. 환경보호정책 시행시 소비자들의 적극적인 지지가 정책시행의 밑받침이 된다는 점을 감안할 때, 환경규제방안이나 정책대안에 대한 소비자의식을 살펴보는 것이 중요하다. 그런데 지금까지 이루어진 대부분의 환경규제방안에 관한 연구에서는 소비자들의 의식이나 반응을 파악하려는 연구들은 거의 전무한 상태이다.

따라서 본 연구에서는 우선 소비자의 환경의식적 행동이 어느 수준에 와 있으며, 소비자특성에 따라 어떤 경향을 나타내고 있는지를 밝히고, 이에 관한 결과를 토대로 환경문제와 관련된 현재 소비패턴의 문제점을 짚어보고자 한다. 그리고 나서, 환경보호를 위해 실시될 수 있는 각종 환경규제방안을 규제대상이나 주체를 중심으로 분류해보고, 각 규제방안에 대해 소비자들이 어느 정도의 지지를 나타내는가와, 환경규제방안에 대한 지지도에 영향을 미치는 요인들

을 파악하고자 한다. 이를 바탕으로 소비자들의 지지도가 가장 높은 환경규제방안의 유형을 알아보고, 환경문제의 해결에 접근하기 위한 교육적·정책적 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경 및 관련연구 고찰

1. 환경의식적 소비자행동

1) 환경문제와 관련한 소비자연구의 동향

환경문제를 소비의 관점에서 파악하려는 시도가 행해지면서, 외국에서는 1970년대 초반부터 환경의식적 소비자에 대한 개념을 정의하고 환경문제에 대한 소비자의 의식이나 반응을 살펴본 연구들이 발전되어 왔다.

초기에는 주로 소비자의 인구학적 특성이나 사회경제적인 특성을 중심으로 환경의식적 소비자를 규명하려는 연구들이었으나(Kassarjian, 1971; Henion, 1972; Kinnear & Taylor, 1973), 70년대 말 이후의 연구들에서는 소비자효율성, 내-외 통제성, 가치지향 등 인구사회학적 소비자특성 외의 설명요인을 포함시켜 환경의식적 소비자행동과의 관계를 살피는 경향이 많아졌다(Fredrick & Webster Jr.1975; Vining & Ebreo, 1990; Stern, 1993).

우리나라에서는 1980년대 중반에 접어들면서 환경문제와 관련된 소비자연구가 시작되어 오다가, 환경오염문제의 심각성이 크게 부각되어 이에 대한 논의가 고조되면서 1990년대 들어 활발한 연구가 진행되고 있다.

최근 우리나라에서 행해진 연구들의 전체적인 경향을 보면, 환경문제에 대한 소비자의 태도나 인식에 관한 연구(현금희, 1990; 환경청, 1990; 노채영, 1991), 환경보전행동, 혹은 환경의식적 소비자행동을 중심으로 한 연구(신소연, 1993; 노남숙, 1993; 엄하정, 1993; 주소현, 1994; 김영희, 1995; 박운아·이기춘, 1995), 주로 경영학에서 이루어지고 있는 환경의식적 소비자의 특성을 규명하려는 연구(황인창, 1990; 문상길, 1993; 양덕권, 1994) 등을 찾아볼 수 있다. 이러한 연구들은 우리나라에서 불과 1~2년 사이에 소비자의 시각에서 환경문제를 다룬 연구가 급속도로 발전되었음을 보여준다.

2) 환경의식적 소비자행동의 개념

선행연구에서 환경을 의식하는 소비자를 일컫는 용어들을 살펴보면, 환경의식적 소비자(environmentally conscious consumer), 생태적 관심을 가진 소비자(ecologically concerned consumer), 사회의식적 소비자(socially conscious consumer) 등 여러가지가 혼용되고 있으나, 그 개념에 있어서는 대체로 일치하므로, 본 연구에서는 이런 개념들을 포괄해서 최근 가장 널리 사용되는 용어인 환경의식적 소비자라는 개념을 사용하기로 한다.

비교적 초기 연구자인 Henion(1972)은 환경의식적 소비자란 특정 제품이나 용역의 구매, 사용 및 처분 시 환경에 미치는 영향에 대하여 의식적이고 일관성 있는 관심을 가지고 자신의 가치, 태도, 의식 및 행동에 반영시키는 사람이라고 보았다. 사회의식적 소비자라는 개념을 사용한 Anderson과 Cunningham (1972)은, 자신의 개인적 소비가 대중에게 미치는 영향을 고려하거나, 사회개혁을 성취하기 위해 자신의 구매력을 이용하는 사람들이라고 정의하였으며, Brooker(1976)는, 자신뿐 아니라 사회전체의 혜택을 위하여 상품을 구매할 것으로 생각되는 사람들을 환경의식적 소비자로 정의하였다. 서정희(1986)는 환경문제를 의식하는 소비자란 재화와 용역을 구매, 사용, 처분하는 소비의 과정에서 사회와 환경에 미치는 해로운 영향을 인식하고 개인의 욕구와 사회의 복지까지도 함께 고려하는 소비자라고 보았다. 박운아·이기춘(1995)은 최근 연구에서, 선행연구에서의 개념들을 바탕으로 환경의식적 소비자행동이란 자신의 사적인 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 염두에 두고 제품과 서비스를 구매·사용·처분하는 것이라고 정의내리고, 구매·사용·처분의 각 단계에서의 환경의식적 소비자행동을 구체적으로 설명하였다.

이처럼 기존 연구들에 나타나있는 정의를 살펴보면, 이들 정의는 환경문제와 소비자 자신의 소비자행동을 관련시키고 있다는 점에서 대체로 유사한 개

념으로 받아들일 수 있다.

3) 환경의식적 소비자행동의 관련요인

기존 연구들에서 환경의식적 소비자행동에 영향을 미치는 요인들로 밝혀진 것은 서로 상충되는 면도 있지만, 대개 여성인 경우, 소득이 많을수록, 교육수준과 사회경제적 지위가 높을수록 환경의식적인 행동을 많이 하는 것으로 나타난다. 각 변수별로 연구결과들을 비교해보면 다음과 같다.

연령은 특히 일관된 경향을 나타내지 않은 변수로, 젊은 층일수록 사회적 책임의식이나 환경의식, 환경의식적 행동이 높다는 연구(Anderson & Cunningham, 1972; 문상길, 1993; 박윤아·이기춘, 1995)와 노인층일수록 환경관심이나 환경의식적 행동이 높다는 연구(Vining & Ebreo, 1990; Baldassare & Katz, 1992)가 상반되게 나타난다. 성별의 경우는 여성이 환경문제에 보다 관심이 많으며 환경의식적 행동수준도 높은 것으로 일관된 결과를 보이고 있다(Baldassare & Katz, 1992; 양덕권, 1994). 사회경제적 지위나 소득의 영향을 보면, 환경의식에 있어서는 소득이 높을수록 환경의식이 높다는 비교적 일관된 경향을 나타내는 반면(Anderson & Cunningham, 1972; Baldassare & Katz, 1992; 이승신 외, 1993; 양덕권, 1994), 환경의식적 행동에 있어서는 상이한 결과를 보인다. 즉 사회경제적 지위나 소득이 높을수록 환경의식적 행동수준이 높다는 연구(Baldassare & Katz, 1992; 이승신 외, 1993; 양덕권, 1994)와 소득이 낮을수록 환경의식적 행동수준이 높다는 연구(박윤아·이기춘, 1995)가 상반되게 나타난다. 학력에 있어서는 학력이 높을수록 환경의식이나 환경의식적 행동수준이 높은 것으로 나타나며(이승신 외, 1993; 문상길, 1993), 미혼소비자에 비해 기혼소비자의 경우 환경관심이 높은 것으로 나타났다(양덕권, 1994).

인구사회학적 변수 외에 환경교육경험이나 매체접촉빈도가 높을수록 환경의식이나 환경보전능력이 높다는 연구들(노채영, 1991; 이승신, 1993)도 있다.

한편 환경의식적 소비자행동은 연령이나 교육수준, 사회계층 등 인구통계적 변수나 사회경제적 변수에 의한 영향은 받지 않는다는 연구결과도 있다(Kassarjian, 1971). 이처럼 인구통계적 변수나 사회경제적 변수가 환경의식적 소비자를 일관성있게 구분해내지 못함에 따라, 환경의식적 태도 등 인구사회학적 요인 외의 변수들에 따른 구분을 하려는 연구들도 발전되었다. 대부분의 연구에서 환경고려는 태도와 행동의 함수로서, 환경고려정도가 높은 사람들이 환경의식적 행동의 빈도가 높은 것으로 나타났다(Kinnear & Taylor, 1973; Schwepker & Cornwell, 1991; 이승신 외, 1993).

2. 환경규제제도

1) 환경규제의 근거

환경문제는 공공재로서의 환경재가 가지는 본질적 특성으로 인해 발생되므로, 시장의 역할에만 맡겨놓는 것으로는 환경문제의 완전한 해결점을 찾기 어렵다. 시장이 불완전하기 때문에 가해자와 피해자, 비용부담자와 이익수혜자 사이에 그 정체의 구별이 모호하고 입장대립이 큰 환경문제와 같은 사회문제의 해결을 위해서는 정부의 역할이 요구된다(김병완, 1994).

소비행위에 의한 환경문제를 생각해 보면, 소비자들 스스로의 자각에 의한 바람직한 소비행동, 즉 환경의식적 소비자행동이 환경문제의 해결을 위해 가장 중요하다는 것은 당연하지만, 소비자 스스로의 자발적 행동만을 기대하는 것은 무리이다. Usitalo (1987)는 개인의 이기주의적 속성으로 인해 환경문제에서도 무임승차자들이 존재하고 있기 때문에 소비자 스스로의 이타주의적 행동만으로는 환경오염문제 해결의 한계가 있음을 지적하고 있다. 따라서, 그는 환경오염과 관련한 상벌의 부과 및 기타 제도화의 필요성을 강조하였으며, 소비자가 환경문제에 관련된 경제적, 법률적, 제도적 대안에 협력해야만 할 것을 역설하고 있다.

또한 환경문제와 관련하여 기업이 사회적 책임을 다하게 하는 일을 기업의 자율에만 맡기는 것은 현실적이지 않으며, 특히 개별기업들의 입장에서 볼 때 경쟁의 압력과 비용감소 노력은 환경오염방지에 대한 자발적인 기여를 어렵게 한다. 그러므로 환경문

제의 해결책으로 점차 중요한 위치를 차지하는 것이 정부가 직접 개입하여 환경오염을 규제하는 등의 적극적인 방법이다. 즉, 정부가 직접적인 규제나 경제적 유인을 통해 기업의 환경보호참여를 유도하는 것이다(김진현, 1994).

이처럼 환경오염문제의 해결을 위한 방안으로서 소비자나 기업의 자발적인 해결노력에만 의존하는 것에는 한계가 있다. 따라서 결국 자발적 행위에 의해 기대될 수 없는 부분에 대해서는 정부의 환경규제가 생겨날 수 밖에 없으며, 정부의 법적, 제도적 규제를 통한 환경문제의 해결노력이 부가되어야 한다.

2) 환경규제제도의 유형

환경정책의 입안에 있어서 정부가 취할 수 있는 방법은 크게 직접규제와 경제적 유인으로 나누어 볼 수 있다.

직접규제는 정부가 어떤 형태의 공해를 일정 방출 수준으로 규제하거나 장소를 규제하는 기준 및 규정을 만들어서 이의 준수를 강제하고, 이를 어기는 환경오염 원인자에게는 법적·행정적 제재를 가하는 방법이다. 이에 비해 경제적 유인이란 오염물질의 배출에 대해 일종의 요금을 부과하거나 또는 오염물질 배출의 저감에 대해 동기를 부여해서 기업이 스스로 오염물질의 배출을 감소시키도록 하는 것으로, 대표적인 것으로는 오염세 부과, 보조금 지급, 보상제도, 오염권 판매, 예치금 반환제도 등이 있다. 직접규제와 경제적 유인이 가지는 효율성을 혼합한 형태의 규제방식이 배출부과금제도로서, 이것은 배출기준을 초과하여 오염물질을 배출한 사업자에 대해서 부담금을 부과하는 것이다. 우리나라의 경우 배출부과금제도는 배출기준을 초과한 경우에 부과되기 때문에 흔히 규제적 부과금제도라고 부르기도 한다(이정전, 1994).

우리나라에서도 환경오염규제와 오염된 환경의 개선을 위한 각종 제도와 정책들이 마련되고 있는데, 우리나라에서 시행하고 있는 환경규제제도의 주요 유형으로서는 환경영향평가제도, 배출부과금제도, 오염유발부담금제도, 폐기물예치금제도, 환경개선비용부담금제도, 환경마크제도 등을 들 수 있다(김병완, 1994).

3) 환경규제제도에 대한 소비자의식

환경규제제도에 대한 소비자의 인식이나 태도를 조사한 연구는 매우 미흡한 상태로, 환경청이 실시한 '환경보전에 대한 국민의식조사' 등에 일부 포함되어 있는 것이 전부이다. 환경청의 조사에서 주로 다루고 있는 것은, 정부가 환경규제제도를 시행하기 위해 필요한 재원의 마련에 관한 소비자의 태도이다(환경청, 1990).

환경보전을 위한 재원은 누군가 부담할 수 밖에 없는데, 일반적으로 환경재원 조달의 주요원칙으로서 (1)오염자 부담원칙, (2)수혜자 부담원칙, (3)일반세원원칙 등이 있다(김병완, 1994). 환경청이 조사한 환경투자재원 확보방안에 관한 국민들의 선호도를 보면, 국민들은 오염유발부담금을 가장 선호하고(44.8%), 그 다음으로 일반재정(환경예산)을 선호하며(38.4%), 환경세에 관해서는 조세부담의 가중우려로 선호도가 낮은 것으로(11.4%) 나타났다(환경청, 1990).

한국형사정책연구원(1993)의 연구에서 환경개선비용을 충당하기 위한 재원을 어떻게 마련할 것인가를 질문한 결과에서는, 환경예산배정의 확대가 가장 좋은 방법이라고 판단하고 있는 것으로 나타났다. 특히 일반시민의 응답과 기업인의 응답을 구분해서 살펴보면, 기업인들이 일반인들보다 좀더 강한 입장을 보이고 있으며, 환경세의 신설에 대해서는 두 집단 모두 거부감을 표하고 있다. 반면 기업에 오염부담금을 부과하는 방법에 대해서는 일반시민들은 40.7%가 좋은 방법이라고 보고 있으나, 기업인들은 단지 19.0%만이 이를 선호하고 있어서 대조를 보인다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구는 다음과 같은 내용을 연구문제로 설정하였다.

[연구문제1] 환경의식적 소비자행동수준은 어느 정도이며, 소비자특성(성별, 연령, 교육수준, 결혼여부)에 따라 어떠한 차이를 나타내는가를 밝힌다.

[연구문제2] 환경규제방안에 대한 지지도는 어느 정도이며, 소비자특성(성별, 연령, 교육수준, 결혼여부)에 따라 어떠한 차이를 나타내는가를 밝힌다.

[연구문제3] 환경규제방안에 대한 지지도를 문항별로 분석해보고, 정부지원방안, 생산자규제방안, 소비자규제방안 간에 어떠한 차이가 나타나는가를 밝힌다.

[연구문제4] 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도에 영향을 미치는 요인은 무엇이며, 이들 간에는 어떠한 인과적 관계가 나타나는가를 밝힌다.

2. 조사도구의 작성

본 연구의 조사도구는 표준화된 질문지로서, 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위한 문항과, 환경의식, 환경의식적 소비자행동의 실천여부, 환경규제방안에 대한 지지도를 측정하는 문항으로 이루어져 있다. 선행연구를 참고로 하여 작성한 척도의 구성 및 측정방법은 다음과 같다. 척도별 타당도는 소비자학 전공자들의 검사를 받았으며, 각 척도의 신뢰도를 검증하기 위해 내적일관성에 의한 측정방법인 Cronbach's Alpha를 사용하였다.

1) 환경의식

환경의식 척도는 환경문제에 대한 소비자의 의식을 파악하기 위한 것으로, 환경문제의 심각성에 대한 인식, 환경보전에 대한 책임의식, 환경문제에 대한 관심, 환경오염의 불가피성에 대한 인식 등에 관한 5점 리커트형의 10개 문항으로 측정하였으며, 신뢰도계수는 .67이다.

2) 환경의식적 소비자행동

환경의식적 소비자행동은 구매, 사용, 처분단계에서의 행동이 얼마나 환경을 고려하고 있는가를 측정하는 것으로, 구매단계에는 제품구매시 환경고려 정도, 환경보호를 위한 제품의 구매, 환경오염 기업의 제품 구매 등을, 사용단계에는 제품사용시 환경의 고려, 환경오염제품의 사용 등을, 처분단계에서는 분리수거와 재활용 등의 질문을 포함하였다. 각 단계별로 5문항씩 총 15문항으로 구성하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다. 환경의식적 소비자행동의 신뢰도계수는 .82이며, 구매·사용·처분영역은 각각 .68, .63, .64이다.

3) 환경규제방안에 대한 지지도

환경보호방안에 대한 지지도는 환경보호를 위해 현재 시행되고 있거나 앞으로 시행될 수 있는 규제대안들에 대한 소비자의 지지도를 측정하는 것으로, 정부지원방안, 생산자규제방안, 소비자규제방안의 세 영역으로 구분, 각 영역별로 5점 리커트 척도로 작성한 5문항씩을 포함, 총 15문항으로 구성하였다.

정부지원방안이란 정부가 직접 나서서 환경보전을 위한 활동에 투자하는 방안을 의미하며, 정부의 환경보호 기술개발, 지원금이나 세금혜택, 정보제공이나 교육 등의 방안을 포함한다. 생산자규제방안이란 기업으로 하여금 환경보호를 위한 제반 활동을 실시토록 규제하는 방안을 의미하며, 폐기물의 자체 처리, 기업의 자연보호활동 전개, 환경오염방제시설 설치 등의 방안을 포함한다. 소비자규제방안이란 환경보호에 대한 소비자의 참여여부에 따라 소비자가 지불해야 하는 비용이 달라지는 방안을 의미하며, 폐기물 수수료의 차등부과, 공병환불제, 폐기물 보상방안 등을 포함한다. 이 세가지의 방안에 대한 지지도를 질문할 때, 정부지원방안이 시행되기 위해서는 국민이 내야하는 세금이 더 많아지며, 생산자규제방안이 시행되기 위해서는 제품 가격이 인상되고, 소비자규제방안이 시행되기 위해서는 실천하지 않는 소비자에게는 더 많은 비용이 부과된다는 점을 감안하고 응답하도록 조사대상자들에게 사전에 주지시켰다. 환경규제방안에 대한 지지도의 신뢰도계수는 .83이며, 정부지원방안·생산자규제방안·소비자규제방안의 신뢰도계수는 각각 .77, .75, .68이다.

3. 자료수집과 분석

본 조사는 서울을 비롯, 부산, 대전, 대구, 광주, 인천의 전국 6개 대도시에 거주하는 19세 이상 55세 미만의 남녀 성인소비자를 대상으로 실시하였다. 전체 표본수는 6개 도시에서의 표본추출을 고려하여 2000명을 유의표집하였으며, 각 도시별 표본수는 인구수에 비례하도록 조정하여 서울 1000, 부산 400, 대전 150, 대구 200, 광주 150, 인천 100명으로 하였다. 자료는 1995년 10월 16일부터 28일에 수집되었으며, 총 2000부를 배부, 1983부를 회수하였으며 부실기재된 것을 제외한 1970부의 자료가 사용가능했다.

그런데 자료수집시 연령별 표본비율을 동일하게 하지 않아, 20·30·40대 소비자에 비해 50대 소비자의 경우 그 비율이 현저히 작고(약 8%) 연령층도 50대 초반으로 국한되었다. 이로 인해 50대 소비자의 표본이 대표성을 갖기에는 무리가 있다고 판단되어, 본 연구에서는 표본이 가지는 이러한 측면을 보완하고 20·30·40대 소비자에 대한 연령별 분석에 촛점을 두기 위하여, 분석대상을 20대에서 40대까지로 한정짓기로 하였다. 이에 따라 50대 150부의 자료를 제외시키고 20·30·40대 소비자의 연령별 비교분석을 위해 이들의 표본비율을 고르게 조정하고자, 무작위 자료추출방법을 통해 20대·30대·40대 소비자의 자료를 각각 350부씩 추출하여, 총 1050부의 자료를 최종분석에 사용하였다. 따라서 본 연구에서 제시된 결과는 20대에서 40대에 이르는 조사대상자들에 대한 분석결과이며, 본 조사 결과를 토대로 전체 연령층 소비자의 행태를 논의하기에는 무리가 있다는 점에 주의해야 할 필요가 있다.

수집된 자료의 분석은 SPSS-PC⁺를 이용하여 평균, 빈도분포, 백분율, t-test, 일원분산분석, Scheffe-test, 중회귀분석을 적용하였다.

Ⅳ. 연구결과

1. 환경의식적 소비자행동

1) 전반적 경향

조사대상자들의 환경의식적 소비자행동은 75점 만점에 평균 51.08 점으로 중간보다 높은 수준이며, 하위영역별로 보면 구매영역에서는 평균 16.32점, 사용영역에서는 17.09점, 처분영역에서는 17.70점(각각 25점 만점)으로, 처분영역에서 환경의식적 소비자행동을 가장 잘 실천하고 있으며 구매영역에서의 환경의식적 행동이 가장 미진함을 알 수 있다(〈표 1〉 참조). 점수를 5분위로 구분해서 분포비율을 살펴보아도 이러한 경향이 뚜렷이 나타나는데, 전체적으로 중위 및 중상위 점수대에 집중적으로 분포되어 있으

〈표 1〉 환경의식적 소비자행동

	환경의식적 소비자행동		구매 영역		사용 영역		처분 영역	
집 단	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)
하위	15-27	2(.2)	5- 9	27(2.6)	5- 9	15(1.5)	5- 9	19(1.8)
중하위	28-39	101(10.1)	10-13	193(18.8)	10-13	132(12.8)	10-13	139(13.4)
중위	40-51	400(39.9)	14-17	401(39.0)	14-17	401(38.9)	14-17	309(29.7)
중상위	52-63	419(41.8)	18-21	337(32.8)	18-21	394(38.2)	18-21	389(37.4)
상위	64-75	80(8.0)	22-25	70(6.8)	22-25	90(8.7)	22-25	183(17.6)
계	1002 (100.0)		1028 (100.0)		1032 (100.0)		1039 (100.0)	
평 균	51.08		16.32		17.09		17.70	
표준편차	8.92		3.50		3.33		3.84	

며, 구매영역이나 사용영역에 비해 처분영역에서의 환경의식적 소비자행동이 훨씬 상향 분포되어 있다.

이러한 결과는 환경보전을 위한 교육 및 홍보활동이 주로 처분행동과 관련해서 이루어지고 있는데서 비롯되는 것으로 생각된다. 사용이나 처분행동에서의 환경보전에 대한 홍보나 교육이 이루어져야 할 뿐 아니라, 환경을 오염시키는 제품의 생산을 규제하는 직접적인 역할을 하는 구매영역에서의 환경보전행동에 대한 중요성이 보다 강조되어야 할 것이다.

2) 소비자특성별 환경의식적 행동

소비자특성별 환경의식적 소비자행동에 대한 분석결과가 〈표 2〉에 제시되어 있다. 선행연구들과 마찬가지로 남자에 비해 여자의 환경의식적 행동수준이 유의하게 높았으며, 구매·사용·처분영역에서 모두 동일한 결과를 보였다. 연령별로는 30대와 40대에 비해 20대 소비자의 환경의식적 행동수준이 낮았으며, 30대와 40대 소비자간에는 유의한 차이를 보이지 않았다. 이러한 결과는 기존 연구 중 연령이 높은 소비자일수록 환경의식적 행동을 많이 한다는 안향아 (1994) 등의 연구와 일치하는 결과이다.

교육수준에 따른 차이를 보면, 전반적인 행동과 처분영역에서는 고졸이하, 대졸이상, 대학생의 순으로 환경의식적 행동수준이 높았으며, 구매 및 사용영역에서는 고졸이하와 대졸이상의 차이는 없으나 대학생의 환경의식적 소비자행동수준이 낮은 것으로 나타났다. 이들 대학생은 다른 소비자집단과는 크게 구별되는 생활양식을 가지는 시기이며, 특히 개인적인 용도의 제품을 주로 구매·사용하고 있기 때문에, 일상생활 위주로 된 본 연구의 질문항목으로 적절히 측정되지 않은 것으로 생각된다.

결혼여부에 따라서는 기혼소비자의 환경의식적 소비자행동수준이 더 높은 것으로 나타났는데, 이것은 구매·사용·처분과 관련된 대부분의 소비자행동이 주로 기혼소비자, 특히 기혼 주부를 중심으로 이루어지는 것이 많기 때문에 나타나는 경향으로 생각된다. 미혼 소비자의 경우 가족원을 위한 구매나 사용

〈표 2〉 소비자특성별 환경의식적 소비자행동

		환경의식적 소비자행동	구매 영역	사용 영역	처분 영역
변 수		평 균 S	평 균 S	평 균 S	평 균 S
성 별	남자 (444)	49.72	15.92	16.75	17.08
	여자 (584)	52.11	16.63	17.35	18.18
	t값	4.25***	3.24***	2.88**	4.63***
연 령	20대 (340)	47.67 a	15.57 a	16.05 a	16.12 a
	30대 (335)	52.11 b	16.48 b	17.44 b	18.27 b
	40대 (326)	53.57 b	16.93 b	17.81 b	18.71 b
	F값	43.16***	13.86***	28.12***	49.08***
교육수준	고졸이하 (449)	52.29 a	16.51 a	17.41 a	18.38 a
	대학재학 (123)	47.78 b	15.48 b	16.17 b	16.19 b
	대졸이상 (424)	50.69 c	16.35 ab	16.99 ab	17.37 c
	F값	13.26***	4.29*	7.32***	19.33***
결혼여부	미혼 (351)	47.95	15.65	16.26	16.12
	기혼 (650)	52.77	16.68	17.53	18.53
	t값	8.44***	4.56***	5.91***	10.08***

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001 S : Scheffe-test

보다는 주로 자신을 위한 개인적인 소비행동으로 국한되며, 특히 처분행동과 관련해서는 가정단위로 이루어지는 경우가 많기 때문에 미혼소비자의 경우 환경의식적 처분행동을 할 기회가 적은 때문이라고 할 수 있다.

2. 환경규제방안에 대한 지지도

1) 전반적 경향

전체적으로 볼 때 조사대상자들의 환경규제방안에 대한 호응도는 75점 만점에 60.11점으로 상당히 높은 정도의 지지를 나타내고 있다. 하위영역별로 보면 생산자규제방안에 대한 지지도는 평균 21.48점, 정부지원방안에 대한 지지도는 평균 19.36점, 소비자규제방안에 대한 지지도는 평균 19.23점(각각 25점 만점)으로, 생산자규제방안에 대해 가장 많은 지지를 하고 있으며, 소비자규제방안에 대한 지지도가 가장 낮다. 이것은 많은 소비자들이 기업을 환경오염의 주범으로 생각하고 있다는 기존 연구결과들과 일맥상통하는 것으로, 소비자들은 환경오염문제의 해결을 위해 기업이 환경의식을 가지고 환경보전노력을 기울여야 한다고 생각하고 있음을 알 수 있다. 따라서 소비자들은 환경보호를 위해서는 정부의 기업에 대한 환경규제가 가장 우선시되어야 한다고 생각하는 것으로 분석된다.(〈표 3〉 참조).

점수 분포에 있어서도, 정부지원방안과 소비자규제방안의 경우 중상위 점수대에 50% 정도 분포되고 이를 중심으로 중위 및 상위 점수대에 20% 정도가 분포되어 있는데 비해, 생산자규제방안에 대한 지지도에 있어서는 90% 이상이 중상위·상위 점수대에 분포되어 있어 소비자들이 생산자규제방안에 대해 가장 많은 지지를 보이고 있음을 알 수 있다.

2) 소비자특성별 환경규제방안에 대한 지지도

전반적으로 환경규제방안에 대한 지지도에 있어 성별 차이는 나타나지 않았으며, 연령, 교육수준, 결혼여부별로는 차이를 보인다(〈표 4〉 참조).

연령별로 보면 30대와 40대 소비자에 비해 20대 소비자의 환경규제방안에 대한 지지도가 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 하위영역별로는 정부지원방안과 생산자규제방안에 대해서는 20대 소비자의 지지도가 낮은 것으로 나타난 반면, 소비자규제방안에 대해서는 연령별 차이가 없었다.

교육수준별로도 환경규제방안에 대한 지지도에 차이가 있는 것으로 나타났는데, 대졸이상 소비자의 환경규제방안에 대한 지지도가 높았으며, 환경의식적 소비자행동에서와 마찬가지로 환경규제방안에 대한 지지도에 있어서도 대학생들의 지지도가 가장 낮았다. 하위영역에서 생산자규제방안과 소비자규제방안의 교육수준별 차이는 나타나지 않았으며, 정부지원

〈표 3〉 환경규제방안에 대한 지지도

	환경규제방안에 대한 지지도		정부지원방안		생산자규제방안		소비자규제방안	
집 단	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)	점수	빈도 (%)
하위	15-27	0(.0)	5- 9	1(.0)	5- 9	1(.0)	5- 9	2(.0)
중하위	28-39	6(.6)	10-13	24(2.3)	10-13	3(.0)	10-13	25(2.4)
중위	40-51	81(7.9)	14-17	257(24.8)	14-17	62(6.0)	14-17	261(25.0)
중상위	52-63	647(63.1)	18-21	520(50.1)	18-21	453(43.5)	18-21	536(51.4)
상위	64-75	291(28.4)	22-25	236(22.7)	22-25	522(50.1)	22-25	219(21.0)
계	1025 (100.0)		1038 (100.0)		1041 (100.0)		1043 (100.0)	
평 균	60.11		19.36		21.48		19.23	
표준편차	6.71		3.00		2.53		3.01	

〈표 4〉 소비자특성별 환경규제방안에 대한 지지도

		환경규제방안에 대한 지지도	정부지원방안	생산자규제방안	소비자규제방안
변 수		평 균 S	평 균 S	평 균 S	평 균 S
성 별	남자 (446)	59.8453	19.2905	21.2639	19.2450
	여자 (579)	60.3109	19.4106	21.6458	19.2121
	t값	1.10	.64	2.42*	-.17
연 령	20대 (341)	53.9384 a	18.9099 a	21.0318 a	18.9249
	30대 (345)	60.8087 b	19.5345 b	21.8519 b	19.4200
	40대 (338)	60.6036 b	19.6377 b	21.5627 b	19.4310
	F값	8.11***	6.00**	9.54***	2.72
교육수준	고졸이하 (474)	59.7075	19.1480 a	21.3439	19.1621
	대학재학 (124)	59.2231	19.1290 a	21.2419	18.8699
	대졸이상 (437)	60.7898	19.6483 b	21.6957	19.4032
	F값	4.13*	3.56*	2.84	1.73
결혼여부	미혼 (352)	59.3153	19.0761	21.1345	19.0448
	기혼 (672)	60.5387	19.5103	21.6662	19.3255
	t값	2.78**	3.23***	2.22*	1.43

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001 S : Scheffe-test

방안에 있어서 고졸이하 소비자와 대학생 소비자에 비해 대졸이상 소비자의 지지도가 높았다.

결혼여부별로는 미혼 소비자에 비해 기혼 소비자의 경우 환경규제방안에 대한 지지도가 높은 것으로 나타났다. 하위영역별로, 소비자규제방안에 있어서는 결혼여부별 차이를 보이지 않았고, 정부지원방안과 생산자규제방안에서는 기혼소비자의 지지도가 높았다.

3. 환경규제방안에 대한 문항별 분석

환경보전을 위해 현재 시행되고 있거나 앞으로 시행될 수 있는 여러가지 규제방안들에 대해 지지도 점수 및 지지경향분포가 〈표 5〉와 같다.

소비자들이 가장 큰 지지를 나타낸 규제방안은 '공해를 일으키는 기업에 무거운 공해세를 부과'하는 방안(평균 4.48점)으로, 95%에 가까운 소비자들이 찬성을 나타냈다. 이 외에도 '환경오염방제시설의 개발 및 사용'(평균 4.33점), '환경파괴 대체물질 사용'(평균 4.32점) 등 모든 생산자규제방안에 대한 지지도가 평균 4점 이상으로, 다른 두 하위영역에 비해 아주 높은 점수를 나타냈다.

정부지원방안에서는, 모든 방안에 대해 3.8점을 넘는 정도의 지지를 표시한 것으로 나타나, 생산자규제방안에 비해 지지도가 훨씬 낮음을 알 수 있다. 정부지원방안 중 가장 많은 지지를 표시한 것은 '환경보호에 대한 정보나 교육의 제공' 방안(평균 3.94점)으로, 소비자들은 정부가 보다 객관적인 입장에서 환경교육이나 정보를 제공할 필요가 있는 것으로 생각하고 있음을 보여준다.

생산자규제방안이나 정부지원방안에서는 각 규제방안에 대해 상당히 유사한 정도의 지지를 표시하고 있는 반면, 소비자규제방안에 대한 소비자들의 태도는 다양하게 나타났다. 가장 높은 지지도를 나타낸 방안은 '폐기물을 모아오면 보상'해 주는 방안(평균 4.41점)으로 상당히 높은 지지를 보인 반면, '주행세 부과(3.38점)'나 '하수도요금 차등부과(3.76점)', '공병환불제(3.80점)' 등에 대해서는 비교적 낮은 지지를 나타냈다. 이런 규제방안들은 소비자들이 약간의

〈표 5〉 환경규제방안에 대한 지지도

		평균점수 (5점척도)	찬성* (%)	보통 (%)	반대** (%)
정부 지원 방안	1. 환경보호를 실천하는 기업에 자금을 보조해 주거나 세금혜택을 준다.	3.86	72.8	21.2	5.9
	2. 환경오염 기업을 감시하는 독립기관을 각 지방자치단체에서 운영하도록 한다.	3.89	74.1	21.0	4.8
	3. 환경보호를 위한 각종 기술을 정부가 직접 개발한다.	3.82	66.7	26.9	6.4
	4. 기업에 환경보호를 위한 기술개발지원금을 지급한다.	3.68	61.0	29.2	9.8
	5. 환경보호에 대한 각종 정보나 교육을 정부가 제공한다.	3.94	74.5	22.1	3.5
생산자 규제 방안	1. 자사 제품의 폐기물 처리비용을 각 기업이 내게 한다.	4.13	85.0	11.1	3.9
	2. 공해를 일으키는 기업에는 무거운 공해세를 부과한다.	4.48	93.5	5.4	1.1
	3. 프레온가스 같은 환경파괴물질 대신 사용할 수 있는 물질을 반드시 쓰도록 한다	4.32	87.7	11.0	1.3
	4. 생산폐기물을 기업의 자체 소각시설을 통해 처리하도록 한다.	4.19	83.2	11.7	5.0
	5. 환경오염방재시설을 적극 개발, 사용토록 한다.	4.33	89.1	9.6	1.3
소비자 규제 방안	1. 쓰레기 양에 따라 쓰레기 수수료를 다르게 부과한다.	4.02	79.0	16.4	4.7
	2. 자가용을 이용하는 사람에게 주행세를 부과한다	3.38	47.4	31.0	21.4
	3. 생활하수의 양에 따라 하수도요금을 다르게 부과한다.	3.76	65.7	25.6	8.7
	4. 병 가격을 미리 받고 빈병 반환시 환불해 준다.	3.80	68.3	19.2	12.5
	5. 폐기물을 모아오면 보상해 준다.	4.41	91.9	7.4	.7

* : '매우 찬성' 및 '찬성'을 포함한 응답

** : '매우 반대' 및 '반대'를 포함한 응답

불편함을 감수해야 하는 것들로, 소비자들이 환경보전의 필요성은 강하게 인식하고 있지만 자신의 불편함을 감수하겠다는 의사는 적은 것으로 볼 수 있다. 이는 아직까지 소비자들의 환경에 대한 책임의식수준이 그리 높지 않음을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 또한 폐기물수거에 대한 보상과 같이 보다 적극적인 방안을 통해 소비자들의 환경보전에의 참여를 유도하는 것은 비교적 빠른 시간내에 정착될 수 있을 것으로 여겨진다.

4. 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도의 영향요인 및 인과관계

환경의식적 소비자행동 및 환경규제방안에 대한 지지도에 관련이 있을 것으로 예상되는 변수들로 연구모형을 만들고, 이 모형의 인과관계 분석을 위해 경로분석을 실시하였다.

우선, 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도에 영향을 미치는 요인들을 살펴보기 위해 성별, 연령, 교육수준, 결혼여부, 환경의식 변수를 포함하여 중회귀분석을 실시한 후, 유의한 영향을 주지 않는 변수들을 제외하고 중회귀분석을 실시한 결과가 〈표 6〉에 제시되어 있다.

환경의식적 소비자행동을 종속변수로하여 중회귀분석을 실시한 결과, 환경의식적 소비자행동에 영향을 미치는 변수는 성별, 연령, 교육수준, 결혼여부 및 환경의식이었으며, 이 변수들이 환경의식적 소비자행동의 약 30%를 설명한다. 두번째로, 환경규제방안

〈표 6〉 회귀분석 결과

변 수	환경의식적 소비자행동 B (β)	환경규제방안에 대한 지지도 B (β)
성 별 D	2.46 (.14)***	
연 령	.18 (.18)***	
교육수준 D	-1.20 (-.07)*	1.10 (.08)**
결혼여부 D	2.04 (.11)**	
환경의식	.76 (.43)***	.34 (.26)***
환경의식적 소비자행동		.16 (.22)***
R^2	.30	.19

* p〈.05 ** p〈.01 *** p〈.001

성별 더미 (남자=1, 여자=2), 교육수준 더미 (고졸이하=1, 대학재학·대졸이상=2)

결혼여부 더미 (미혼=1, 기혼=2)

에 대한 지지도를 종속변수로하여 중회귀분석을 실시한 결과, 환경규제방안에 대한 지지도에 영향을 미치는 변수는 교육수준, 환경의식 및 환경의식적 소비자행동으로 나타났으며, 이 세 변수가 환경규제방안에 대한 지지도의 약 19%를 설명한다.

〈표 7〉은 인과관계를 구체적으로 파악하기 위하여 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도의 중회귀분석 결과를 토대로, 각 내생변수가 외생변수에 미치는 총인과효과를 직접효과와 간접효과로 분해하여 계산한 결과이다.

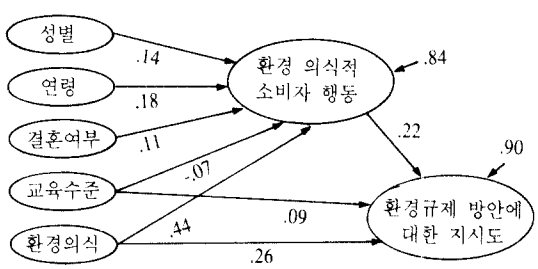
이 결과를 보면, 환경의식적 소비자행동에 영향을 미치는 변수는 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준 및 환경의식으로, 이 변수들은 모두 직접효과만을 가지며, 인과적 효과의 크기는 각각 .14, .18, .11, -.07, .44이다. 성별에 있어서는 여성이 환경의식적 행동을 더 많이 하는 것으로 나타났으며, 미혼소비자에 비해 기혼소비자가, 대학재학·대졸이상 소비자에 비해 고졸이하 소비자가 환경의식적 행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 연령은 환경의식적 소비자행동에 정적인 인과적 효과를 갖는 것으로 나타나 연령이

〈표 7〉 인과모형의 효과분석

외생변수	내생변수	총인과효과	직접효과	간접효과
환경의식적 소비자행동	성 별	.14	.14	
	연 령	.18	.18	
	결혼여부	.11	.11	
	교육수준	-.07	-.07	
	환경의식	.44	.44	
환경규제방안에 대한 지지도	성 별	.03		.03
	연 령	.04		.04
	결혼여부	.02		.02
	교육수준	.07	.09	-.02
	환경의식	.36	.26	.10
	환경의식적 소비자행동	.22	.22	

높을수록 환경의식적 소비자행동을 많이 함을 알 수 있다. 환경의식적 소비자행동에 가장 많은 영향을 미치는 변수는 환경의식으로, 환경의식적 소비자행동에 정적인 인과적 효과를 갖는 것으로 나타나 환경의식이 높은 소비자가 환경의식적 소비자행동을 더 많이 하고 있음을 보여준다.

다음으로, 환경규제방안에 대한 지지도에 영향을 미치는 변수는 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 환경의식 및 환경의식적 소비자행동이다. 성별과 연령, 결혼여부는 환경의식적 소비자행동을 통한 간접효과만 가지는 것으로 나타났으며, 그 인과적 효과의 크기는 매우 작은 정도이다. 교육수준은 환경규제방안에 대한 지지도에 미치는 직접효과와 간접효과의 방향이 상반되게 나타나므로, 총인과효과의 방향과 크기만으로 이에 대한 해석을 내리기는 어려울 것이다. 환경의식적 소비자행동은 환경규제방안에 대한 지지도에 직접효과(.22)를 미치며, 환경규제방안에 대한 지지도에 정적으로 관련된다. 환경의식은 환경규제방안에 대한 지지도에 가장 큰 인과적 효과를 가지는 변수로서, 총인과효과(.36)는 직접효과(.26)와 간접효과(.10)로 구성되고, 환경규제방안에 대한 지지도에 정적인 효과를 미친다. 이것은 환경의식이 높은 사람일수록 환경규제방안에 대한 지지도가 높음을 나타내는 것이다.



〈그림 1〉 인과모형

이상에서 살펴본 변수들의 인과적 총효과를 살펴볼 때, 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도에 가장 큰 영향을 미치는 것은 환경의식인 것으로 나타났다. 이와 같은 인과적 관계를 모형으로 나타내면 〈그림 1〉과 같다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 소비자의 환경의식적 행동 및 환경규제방안에 대한 지지도와 이에 영향을 미치는 요인들을 파악하여, 환경문제에 관한 교육 및 정책적 시사점을 제공하고자 하는 것이 목적이었다. 최종 분석에 사용된 자료는 전국 6개 대도시의 20대에서 40대에 이르는 남녀소비자 1050명의 응답으로, 이 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 소비자들의 환경의식적 행동수준은 중간 이상의 수준이었으며, 구매·사용·처분의 하위영역으로 구분해 볼 때 사용·처분영역에 비해 구매영역에서의 환경의식적 행동수준이 낮았다. 이것은 평소에 사용이나 처분단계의 환경보호행동에 대한 홍보와 교육노력이 활발히 전개되고 있는데 반해, 구매단계의 환경의식적 행동의 필요성을 알리는 활동이 소극적이었기 때문인 것으로 분석된다. 구매단계에서의 환경의식적 소비자행동이 결국 기업의 생산방향을 결정함으로써 보다 근본적인 환경오염문제에 대한 해결책이 될 수 있을 것이므로, 환경을 고려하는 제품 구매의 중요성을 소비자에게 보다 적극적으로 홍보·교육하는 것이 필요하다.

둘째, 환경규제방안에 대한 지지도는 상당히 높은 것으로 나타나, 소비자들은 환경보전을 위해 각종 규제방안이 필요한 것으로 인식하고 있음을 알 수 있다. 환경규제방안을 크게 정부지원방안, 생산자규제방안, 소비자규제방안으로 구분하여 소비자들의 지지도를 분석한 결과, 소비자들은 생산자규제방안에 대해 가장 적극적인 지지의사를 표시했다. 소비자들이 환경오염의 가장 주된 원인을 기업이라고 생각하고 있기 때문에 이러한 결과가 나타났을 것으로 생각할 수 있다. 생산자규제방안에 비해 정부지원방안과 소비자규제방안에 대한 지지도는 조금 낮은 것으로 나타났으며, 특히 소비자규제방안 중 소비자 자신의 불편을 감수해야 하는 방안에 대한 지지도가 낮게 나타나 소비자들의 자발적인 책임의식의 부족을 엿볼 수 있다.

세째, 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 환경의

식으로, 이러한 결과는 소비자들의 환경의식 고취가 환경문제해결의 가장 중요하고 직접적인 접근방안이 될 수 있음을 의미한다. 즉, 환경문제의 해결을 위한 소비자의 행동변화나 정부의 각종 환경정책 시행의 토대는 결국 소비자의 환경의식이 될 것이므로, 소비자의 환경의식 고취를 위한 적절한 교육방안이 마련되어야 할 것이다.

이상과 같은 연구결과 및 결론을 토대로 교육 및 정책적 제언을 하고자 한다. 우선, 소비자의 환경의식적 행동을 위한 교육은 구매·사용·처분시 어떠한 행동이 필요하며, 그 파급효과가 어떤 것인가 등에 대한 상세한 정보를 바탕으로 이루어져야 소비자들의 행동력을 키울 수 있을 것이다. 또한 이와 같은 환경의식적 행동방안에 대한 구체적인 정보를 제공하는 교육도 중요하지만, 이에 못지않게 중요한 것이 환경문제의 심각성, 환경보전의 필요성 등을 절감케 하는 환경의식에 관한 교육으로, 환경의식에 관한 교육을 통해 보다 근본적이고 장기적인 효과를 기대할 수 있을 것이다.

다음으로, 소비자들은 정부가 기업의 생산·유통·폐기의 전 단계에 대한 철저한 환경규제를 시행해야 할 것으로 생각하고 있으며, 이러한 기업의 환경오염활동에 대한 규제정책이 소비자들로부터 가장 큰 지지를 얻을 수 있을 것이다. 또한 환경보전을 위해 반드시 실천되어야 할 규제방안에 대한 소비자들의 지지도가 낮을 경우, 소비자들의 의식의 전환을 가져올 수 있는 방법이 강구될 필요가 있으므로, 현행 규제방안들이나 실시가능성이 있는 각종 규제방안들에 대한 소비자 의식에 관한 연구를 근거로 한 정책을 시행해야 비로서 효과가 있을 것이다.

본 연구는 환경규제방안에 대한 소비자의식에 관한 탐색적 연구라고 할 만큼 이에 대한 연구가 부족한 상태에서 이루어졌기 때문에, 환경규제방안을 정부지원방안, 생산자규제방안, 소비자규제방안이라는 세 영역으로 구분함에 있어 보다 견고한 이론적 틀을 설정하지 못한 것이 부족한 점으로 남는다. 앞으로의 연구에서는 소비자의 시각을 갖춘 환경규제방안에 대한 틀이 마련되어야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

1) 김병완, 한국의 환경정책과 녹색운동, 나남, 1994
2) 김영희, 환경보전을 위한 소비자행동에 관한 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995
3) 김진현, 환경오염방지사업의 비용분담제도에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1994
4) 노남숙, 주부의 환경관리지식 인지도와 환경관리 행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1994
5) 노채영, 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 관한 연구:광주시 여대생을 중심으로, 전남대학교 대학원 석사학위논문, 1991
6) 문상길, 그린마아케팅전략에 관한 연구-환경의식적 소비자의 특성을 중심으로-, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1993
7) 박윤아·이기춘, "환경의식적 소비자 행동에 관한 연구", 대한가정학회지 제33권 4호, 1995, pp. 199-212
8) 서정희, "환경문제측면에서 본 소비자행동에 관한 연구", 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1986
9) 신소연, 청소년 소비자의 환경보전능력, 충남대학교 대학원 석사학위논문, 1993
10) 양덕권, 환경사업의 전개와 환경의식적 소비자 특성에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1994
11) 엄하정, 환경오염감소와 관련된 주부의 관리행동, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1993
12) 이승신·이혜임·류미현, "환경보전을 위한 소비자능력", 환경문제와 소비자, 1993, pp.2-37
13) 이정전, 녹색경제학, 한길사, 1994
14) 주소현, 소비자의 환경재 구매에 관한 연구 -서울시 주부의 식수, 공기청정기, 이중창, 무공해 식품 구매를 중심으로-, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1994
15) 한국형사정책연구원, 한국의 환경오염 및 환경범죄의 실태와 대책, 1993
16) 현금희, 환경문제에 대한 태도와 행동 일치성에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논

문, 1990

17) 환경청, 환경보전에 관한 국민의식조사, 1990

18) 황인창, 생태적 마아케팅의 효율적 전개를 위한 환경의식적 소비자의 특성분석, 전남대학교 대학원 박사학위논문, 1990

19) Anderson, W.T. and W.H. Cunningham, "The Socially Conscious Consumer", *Journal of Marketing*, 1972, pp.23-28

20) Baldassare, M. & C. Katz, "The Personal Threat of Environmental Problems As Predictor of Environmental Prcactices", *Environment and Behavior*, Vol.24, 1992, pp.602-616

21) Brooker, G., "The self-actualizing Socially Conscious Consumer", *Journal of Consumer Research*, Vol.3, pp.107-111

22) Fredrick, E. & Webster Jr., "Determining the Characteristics of Socially Conscious Consumer", *Journal of Consumer Research*, 1975, pp.188-196

23) Henion, K.E., "The Effect of Ecologically Relevant Information on Detergent Sales", *Journal of Marketing Research*, Vol.9, 1972, pp.10-14

24) Kassarjian, H.H., "Incorporating Ecology into Marketing Strategy ; The Case of Air Pollution", *Journal of Marketing*, Vol.35, 1971, pp.61-65

25) Kinnear, T.C. and J.R. Taylor, "The Effect of Ecological Concern on Brand Perception", *Journal of Marketing Research*, Vol.10, 1973, pp. 191-197

26) Schwepker, C.H. Jr. & T.B. Cornwell, "An Examination of Ecologically Concerned Consumers and Their Intention to Purchase Ecologically Packaged Products", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.10, pp.77-101

27) Stern, P.C., T. Dietz & L. Kalof, "Value Orientation, Gender and Environment Concern", *Environment and Behavior*, Vol.23, 1993, pp. 322-348

28) Usitalo, L., Environmental Impacts of Consumption Patterns, New York : St.Martins Press, 1987

29) Vining, J. & A. Ebreo, "What makes a Recycler? : A Comparison of Recyclers and Nonrecyclers", *Environment and Behavior*, Vol.22, 1990, pp.55-73